



## მაგისტრატურის საგანმანათლებლო პროგრამა

### პროგრამის სახელწოდება

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

Public Relations

### ფაკულტეტი

ბიზნეს-ინჟინერინგი

Business-Engineering

### პროგრამის ხელმძღვანელი/ხელმძღვანელები

ასოცირებული პროფესორი როზა გაფრინდაშვილი

### მისანიჭებელი კვალიფიკაცია

სოციალური მეცნიერებების მაგისტრი საზოგადოებრივი ურთიერთობებში  
 (Master of Social Sciences in public relations)

*მიენიჭება საგანმანათლებლო პროგრამის არანაკლებ 120 კრედიტის შესრულების შემთხვევაში*

### პროგრამის მოცულობა კრედიტებით

120 კრედიტი

### სწავლების ენა

ქართული

### პროგრამის მიზანი

სამაგისტრო პროგრამის მიზანია, ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისი მაღალკვალიფიციური კადრების მომზადება; მაგისტრანტის საკომუნიკაციო პრაქტიკული უნარების გაუმჯობესება; სახელმწიფო სტრუქტურებისა და კომერციული ორგანიზაციების იმიჯისა და საქმიანობის გაუმჯობესებისათვის აუცილებელი ცოდნის მიღება და პრაქტიკული უნარების გამომუშავება; ადამიანური რესურსების მართვის და შიდა კორპორაციული პრობლემების გადაჭრისათვის აუცილებელი თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის მიღება.

### პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა

მაგისტრატურაში სწავლის უფლება აქვს არანაკლებ ბაკალავრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხის მქონე პირს, რომელიც ჩაირიცხება სამაგისტრო გამოცდების შედეგების საფუძველზე (საერთო სამაგისტრო გამოცდა და სტუ-ს მიერ განსაზღვრული გამოცდა/გამოცდები).

გამოცდების საკითხები/ტესტები განთავსდება სტუ-ს სწავლების დეპარტამენტის ვებგვერდზე <http://www.gtu.ge/study/index.php> გამოცდების დაწყებამდე მინიმუმ ერთი თვით ადრე. პროგრამაზე ჩარიცხვა სამაგისტრო გამოცდების გავლის გარეშე, შესაძლებელია საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს მიერ დადგენილი წესით.

## სწავლის შედეგები და კომპეტენტურობები (ზოგადი და დარგობრივი)

### ცოდნა და გაცნობიერება:

- აქვს დარგის ღრმა და სისტემური ცოდნა, რომელიც აძლევს ახალი, ორიგინალური იდეების შემუშავების საშუალებას, აცნობიერებს ცალკეული პრობლემის გადაჭრის გზებს; ახალ გაუთვალისწინებელ და მულტიდისციპლინურ გარემოში მოქმედება, კომპლექსური პრობლემის გადაწყვეტის ახალი ორიგინალური გზების ძიება, მათ შორის კვლევის დამოუკიდებლად განხორციელება უახლესი მეთოდებისა და მიდგომების გამოყენებით.
- პიარის და მასკომუნიკაციის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების ღრმა შესწავლა და გაცნობიერება.
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის(PR) თანამედროვე თეორიების პრინციპებისა და მეთოდების გააზრება.
- კომუნიკაციის მენეჯმენტის ადგილი, მისი როლის და მნიშვნელობის გააზრება PR საქმიანობაში.
- ადამიანის ფსიქოლოგიის შესწავლა თანამედროვე ფსიქოლოგიური კონცეფციების სიღრმისეული გააზრება.
- სოციალური ფენების, ჯგუფების თავისებურებების შესწავლა და მათი ქმედებების გააზრება თანამედროვე საზოგადოებაში.
- სარეკლამო საქმიანობის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების გაცნობიერება და მათი როლის და მნიშვნელობის სარეკლამო საქმიანობაში გააზრება.
- რეკლამის ფსიქოლოგიური თეორიების შესწავლა და გააზრება.
- რეკლამის ფსიქოლოგიური გავლენის მეთოდების და პრინციპების ღრმა შესწავლა და გაცნობიერება.
- PR კამპანიების სტრუქტურის და მისი ჩატარების მეთოდების და ხერხების შესწავლა და სისტემური ცოდნა.
- PR კამპანიების ჩატარება სხვადასხვა სფეროებში.
- გეოპოლიტიკური სივრცის შესწავლა და გააზრება.
- გეოპოლიტიკური თავისებურებების გაცნობიერება საქართველოს მაგალითზე.
- ორატორული ხელოვნების თეორიული და პრაქტიკული საკითხების შესწავლა და გაცნობიერება.
- ორატორული ხელოვნების ხერხების და მეთოდების სისტემური ცოდნა.
- იმიჯის შექმნის სპეციფიკური მეთოდების ცოდნა.
- იმიჯმეიკინგის მეთოდების სისტემური ცოდნა.
- თანამედროვე PR ტექნოლოგიების გააზრება და კრიტიკული შეფასების აუცილებლობა.
- მარკეტინგისა და PR-ის ურთიერთმიმართების სპეციფიკის გააზრება.
- მარკეტინგის სხვა შემადგენელი ელემენტების ცოდნა და გაცნობიერება.

### ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი:

- ახალ, გაუთვალისწინებელ და მულტიდისციპლინურ გარემოში მოქმედება; დარგის კომპლექსური პრობლემების გადაწყვეტის ახალი, ორიგინალური გზების ძიება, მათ შორის კვლევის დამოუკიდებლად განხორციელება უახლესი მეთოდებისა და მიდგომების გამოყენებით.
- პიარის და მასკომუნიკაციის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების ღრმა შესწავლა და გაცნობიერება.
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის(PR) თანამედროვე თეორიების პრინციპებისა და მეთოდების შესწავლა და პრაქტიკაში გამოყენება.
- კომუნიკაციის მენეჯმენტის სათანადოდ წარმართვა.
- სარეკლამო საქმიანობაში ფსიქოლოგიური მეთოდებისა და ხერხების გამოყენება.

- სოციალური ფენების, ჯგუფების თავისებურებების შესწავლა და მათი ქცევების სარეკლამო საქმიანობაში გათვალისწინება.
- PR კამპანიების ჩატარების უახლესი მეთოდების და ხერხების პროფესიულ საქმიანობაში გამოყენება.
- PR კამპანიების ჩატარება პოლიტიკურ და ბიზნეს სფეროებში.
- გეოპოლიტიკაში არსებული ახალი მიდგომების გათვალისწინება და გამოყენება.
- გეოპოლიტიკური თავისებურებების გათვალისწინება საქართველოს კონკრეტულ მაგალითზე.
- ორატორული ხელოვნების თეორიული და პრაქტიკული საკითხების PR საქმიანობაში გამოყენება.
- იმიჯის შექმნა პოლიტიკოსებისა და ბიზნესმენებისათვის.
- იმიჯმეიკინგის მეთოდების სისტემური ცოდნა და პრაქტიკაში გამოყენება.
- თანამედროვე PR ტექნოლოგიების გააზრება და პრაქტიკაში გამოყენება.
- ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების თანამედროვე ხერხების PR საქმიანობაში გამოყენება.
- მარკეტინგის სხვა შემადგენელი ელემენტების ცოდნის პრაქტიკაში განხორციელება.

#### **დასკვნის უნარი:**

- საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) მაგისტრს შეუძლია პროფესიული საქმიანობის დროს რთული და არასრული ინფორმაციის (მათ შორის, უახლესი კვლევების) კრიტიკული ანალიზის საფუძველზე დასაბუთებული დასკვნების ჩამოყალიბება.
- პიარის და მასკომუნიკაციის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების ღრმა შესწავლის საფუძველზე დასკვნის გაკეთება.
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) თანამედროვე თეორიების შესწავლაზე დასკვნის გაკეთება.
- კომუნიკაციის მენეჯმენტის საზოგადოებისათვის მნიშვნელობაზე დასკვნის გამოტანა.
- ადამიანის ფსიქოლოგიის როლი PR საქმიანობაში, გააზრება და დასკვნის გაკეთება.
- სოციალური ფენების, ჯგუფების თავისებურებების შესწავლა და მათი ქმედებების გააზრება და დასკვნის უნარი.
- სარეკლამო საქმიანობის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების ცოდნა და დასკვნის გამოტანა.
- რეკლამის ფსიქოლოგიური თეორიების საფუძველზე დასკვნის გაკეთება.
- PR კამპანიების სტრუქტურის და მისი ჩატარების მეთოდების და ხერხების შესწავლა და დასკვნის გამოტანა.
- PR კამპანიების ჩატარება სხვადასხვა სფეროებში და ამის საფუძველზე სათანადო დასკვნების გაკეთება.
- გეოპოლიტიკური სივრცის შესწავლა და დასკვნის გამოტანა.
- ორატორული ხელოვნების ხერხების და მეთოდების სისტემური ცოდნა და სესაბამისი დასკვნების გამოტანა.
- იმიჯის შექმნის სპეციფიკური მეთოდების ცოდნა და დასკვნის უნარი.
- თანამედროვე PR ტექნოლოგიების გააზრება და კრიტიკული შეფასების აუცილებლობა.
- მარკეტინგის სხვა შემადგენელი ელემენტების ცოდნა და სწორი დასკვნის გამოტანა.

#### **კომუნიკაციის უნარი:**

- PR-ის სპეციალისტისათვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მშობიურ და უცხოურ ენაზე კომუნიკაციის უნარის ჩამოყალიბება, რაც გულისხმობს როგორც სპეციალისტებისა და არასპეციალისტებისათვის ინფორმაციის ზეპირად გადაცემას ქართულ და უცხოურ ენებზე, ასევე საჯარო გამოსვლების წარმართვის უარს,
- პიარის და მასკომუნიკაციის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების ღრმა შესწავლა და გაცნობიერება.
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) თანამედროვე თეორიების პრინციპებისა და მეთოდების შესწავლა და კომუნიკაციის გაუმჯობესება.
- კომუნიკაციის მენეჯმენტის სათანადოდ წარმართვა.
- სარეკლამო საქმიანობაში ფსიქოლოგიური კომუნიკაციის გაუმჯობესება.
- სოციალური ფენების, ჯგუფების თავისებურებების შესწავლა და მათი ქცევების მათთან

- კომუნიკაციის განხორციელება.
- PR კამპანიების ჩატარება უახლესი მეთოდებით, ხერხებით და საზოგადოებასთან კომუნიკაციის გამყარება.
- PR კამპანიების ჩატარება პოლიტიკურ და ბიზნეს სფეროებში და მათში კომუნიკაციის გაუმჯობესება.
- გეოპოლიტიკაში არსებული ახალი მიდგომების გათვალისწინება და საზოგადოებასთან კომუნიკაციის გამყარება.
- ორატორული ხელოვნების თეორიული და პრაქტიკული საკითხების PR საქმიანობაში გამოყენება და ვერბალური კომუნიკაციის გაუმჯობესება.
- იმიჯ კომუნიკაციის შექმნა და გამყარება.
- თანამედროვე PR ტექნოლოგიების გააზრება და ახალი საკომუნიკაციო მეთოდების გამოყენება.
- ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების თანამედროვე ხერხების PR საქმიანობაში გამოყენება.
- მარკეტინგის სხვა შემადგენელი და სხვა PR კომუნიკაციური ელემენტების პრაქტიკაში განხორციელება.

### **სწავლის უნარი:**

- სწავლის დამოუკიდებლად წარმართვა, სწავლის პროცესის თავისებურებების გაცნობიერება და სტრატეგიულად დაგეგმვის მაღალი დონე. პროფესიული ცოდნისა და გამოცდილების გამდიდრების მიზნით, საკუთარი სწავლის მიმართულებების განსაზღვრა.
- პიარის და მასკომუნიკაციის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების ღრმა შესწავლა და მათ საფუძველზე ტრენინგების ჩატარება.
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის(PR) თანამედროვე თეორიების პრინციპებისა და მეთოდების გააზრება და საკუთარი სწავლის მეთოდების განსაზღვრა.
- კომუნიკაციის მენეჯმენტის მისი მეთოდებისა და ხერხების სხვებისათვის გადაცემა.
- ადამიანის ფსიქოლოგიის შესწავლა თანამედროვე ფსიქოლოგიური კონცეფციების სიღრმისეული გააზრება და ამ ცოდნის საკუთარი სწავლის მეთოდების განსაზღვრა.
- სარეკლამო საქმიანობის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების გაცნობიერება და რეკლამის შექმნის ტრენინგების ჩატარებას.
- რეკლამის ფსიქოლოგიური თეორიების შესწავლა და საკუთარი სწავლის მეთოდების განსაზღვრა.
- PR კამპანიების ჩატარების მეთოდების და ხერხების შესწავლა და სხვებისათვის სწავლება.
- PR კამპანიების ჩატარება სხვადასხვა სფეროებში და ტრენინგების ჩატარება.
- გეოპოლიტიკური სივრცის შესწავლა და გააზრება და საკუთარი სწავლის მეთოდების სრულყოფა.
- ორატორული ხელოვნების თეორიული და პრაქტიკული საკითხების შესწავლა და საკუთარი სწავლის მეთოდების განსაზღვრა.
- იმიჯის შექმნის სპეციფიკური მეთოდების ცოდნა და ტრენინგების ჩატარება.
- თანამედროვე PR ტექნოლოგიების გააზრება და კრიტიკული შეფასება.
- მარკეტინგისა და PR-ის ურთიერთმიმართების სპეციფიკის გააზრება და ტრენინგების ჩატარება.

### **ღირებულებები:**

- ღირებულებებისადმი თავისი და სხვების დამოკიდებულების შეფასება და ახალი ღირებულებების დამკვიდრებაში წვლილის შეტანა. პროფესიული ღირებულებების, ეთიკისა და მორალის მიღებული ნორმების დაცვა.
- პიარის და მასკომუნიკაციის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების ღრმა შესწავლა და სოციალური ღირებულებების კრიტიკულად შეფასება.
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის(PR) თანამედროვე თეორიების პრინციპებისა და მეთოდების შესწავლა და ახალი დემოკრატიული ღირებულებების დამკვიდრება.
- კომუნიკაციის მენეჯმენტის ღირებულებების საზოგადოებაში გამყარება.
- სარეკლამო საქმიანობაში ფსიქოლოგიური ღირებულებების გამოყენება.
- PR კამპანიების ჩატარება უახლესი მეთოდებით, სოციალური ღირებულებების კრიტიკულად გააზრება.
- PR კამპანიების ჩატარება, პოლიტიკური და ეკონომიკური ღირებულებების ახლებურად გააზრება.

- გეოპოლიტიკაში არსებული ახალი დემოკრატიული ღირებულებების ჩამოყალიბება.
- ორატორული ხელოვნების თეორიული და პრაქტიკული საკითხების PR საქმიანობაში გამოყენება რიტორიკული კულტურის ღირებულებების დამკვიდრება.
- იმიჯ კომუნიკაციის შექმნა და სოციალური ღირებულებების ახლებურად გააზრება.
- ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების თანამედროვე ხერხების PR საქმიანობაში გამოყენება და ახალი ბიზნეს კულტურის დანერგვა..
- PR-ის ზნეობრივი ღირებულებების დამკვიდრება.

## სწავლის შედეგების მიღწევის ფორმები და მეთოდები

- ლექცია  სემინარი (ჯგუფში მუშაობა)  პრაქტიკული  ლაბორატორიული  პრაქტიკა  საკურსო სამუშაო/პროექტი  დამოუკიდებელი მუშაობა  სამაგისტრო ნაშრომი
- სწავლების პროცესში რომელიმე კონკრეტული საკითხის შესწავლა შეუძლებელია მხოლოდ ერთი მეთოდით. პედაგოგს სწავლების პროცესში უხდება სხვადასხვა მეთოდის გამოყენება, ასევე ხშირ შემთხვევაში ადგილი აქვს მეთოდთა შერწყმას. სწავლების პროცესში მეთოდები ერთმანეთს ავსებს. გთავაზობთ სწავლებისა და სწავლის ყველაზე გავრცელებულ მეთოდებს და მათ განმარტებებს. მათგან საჭირო მეთოდს, კონკრეტული მიზნიდან და ამოცანიდან გამომდინარე, შეარჩევს პედაგოგი.
- 1. დისკუსია/დებატები** – ინტერაქტიული სწავლების ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული მეთოდია. დისკუსიის პროცესი მკვეთრად ამაღლებს სტუდენტთა ჩართულობის ხარისხსა და აქტიურობას. დისკუსია შესაძლებელია გადაიზარდოს კამათში და ეს პროცესი არ შემოიფარგლება მხოლოდ პედაგოგის მიერ დასმული შეკითხვებით. იგი უვითარებს სტუდენტს მსჯელობისა და საკუთარი აზრის დასაბუთების უნარს.
  - 2. თანამშრომლობითი (cooperative) სწავლება** – იმგვარი სწავლების სტრატეგიაა, სადაც ჯგუფის თითოეული წევრი ვალდებულია არა მხოლოდ თვითონ შეისწავლოს, არამედ დაეხმაროს თავის თანაგუნდელს საგნის უკეთ შესწავლაში. ჯგუფის თითოეული წევრი მუშაობს პრობლემაზე, ვიდრე ყველა მათგანი არ დაეუფლება საკითხს.
  - 3. ჯგუფური (collaborative) მუშაობა** – ამ მეთოდით სწავლება გულისხმობს სტუდენტთა ჯგუფურად დაყოფას და მათთვის სასწავლო დავალებების მიცემას. ჯგუფის წევრები ინდივიდუალურად ამუშავებენ საკითხს და პარალელურად უზიარებენ თავის მოსაზრებებს ჯგუფის დანარჩენ წევრებს. დასახული ამოცანიდან გამომდინარე შესაძლებელია ჯგუფის მუშაობის პროცესში წევრებს შორის მოხდეს ფუნქციების გადანაწილება. ეს სტრატეგია უზრუნველყოფს ყველა სტუდენტის მაქსიმალურ ჩართულობას სასწავლო პროცესში.
  - 4. პრობლემაზე დაფუძნებული სწავლება (PBL)** - მეთოდი, რომელიც ახალი ცოდნის მიღების და ინტეგრაციის პროცესის საწყის ეტაპად იყენებს კონკრეტულ პრობლემას.
  - 5. შემთხვევების შესწავლა (Case study)** – პედაგოგი სტუდენტებთან ერთად განიხილავს კონკრეტულ შემთხვევებს და ისინი ყოველმხრივ და საფუძვლიანად შეისწავლიან საკითხს. მაგალითად, საინჟინრო უსაფრთხოების სფეროში ეს შეიძლება იყოს კონკრეტული ავარიის ან კატასტროფის განხილვა, პოლიტიკის მეცნიერებაში - კონკრეტული, მაგალითად, ყარაბახის პრობლემის (სომხეთ-აზერბაიჯანის კონფლიქტის) ანალიზი და ა. შ.
  - 6. როლური და სიტუაციური თამაშები** – წინასწარ შემუშავებული სცენარის მიხედვით განხორციელებული თამაშები სტუდენტებს საშუალებას აძლევს სხვადასხვა პოზიციიდან შეხედონ საკითხს. იგი ეხმარება მათ ალტერნატიული თვალსაზრისის ჩამოყალიბებაში. ისევე როგორც დისკუსია, ეს თამაშებიც უყალიბებს სტუდენტს საკუთარი პოზიციის დამოუკიდებლად გამოთქმისა და კამათში მისი დაცვის უნარს.
  - 7. დემონსტრირების მეთოდი** – ეს მეთოდი ინფორმაციის ვიზუალურად წარმოდგენას გულისხმობს. შედეგის მიღწევის თვალსაზრისით ის საკმაოდ ეფექტიანია. ხშირ შემთხვევაში უმჯობესია მასალა ერთდროულად აუდიო და ვიზუალური გზით მოვაწოდოთ სტუდენტებს. შესასწავლი მასალის დემონსტრირება შესაძლებელია როგორც მასწავლებლის, ასევე სტუდენტის მიერ. ეს მეთოდი გვეხმარება თვალსაჩინო გავხადოთ სასწავლო მასალის აღქმის სხვადასხვა საფეხური,

დავაკონკრეტოთ, თუ რისი შესრულება მოუწევთ სტუდენტებს დამოუკიდებლად; ამავე დროს, ეს სტრატეგია ვიზუალურად წარმოაჩინოს საკითხის/პრობლემის არსს. დემონსტრირება შესაძლოა მარტივ სახეს ატარებდეს.

**8. ინდუქციური მეთოდი** – განსაზღვრავს ნებისმიერი ცოდნის გადაცემის ისეთ ფორმას, როდესაც სწავლის პროცესში აზრის მსვლელობა ფაქტებიდან განზოგადებისაკენ არის მიმართული ანუ მასალის გადმოცემისას პროცესი მიმდინარეობს კონკრეტულიდან ზოგადისკენ.

**9. დედუქციური მეთოდი** – განსაზღვრავს ნებისმიერი ცოდნის გადაცემის ისეთ ფორმას, რომელიც ზოგად ცოდნაზე დაყრდნობით ახალი ცოდნის აღმოჩენის ლოგიკურ პროცესს წარმოადგენს ანუ პროცესი მიმდინარეობს ზოგადიდან კონკრეტულისაკენ.

**10. ანალიზის მეთოდი** – გვეხმარება სასწავლო მასალის, როგორც ერთი მთლიანის, შემადგენელ ნაწილებად დაშლაში. ამით მარტივდება რთული პრობლემის შიგნით არსებული ცალკეული საკითხების დეტალური გაშუქება.

**11. სინთეზის მეთოდი** – გულისხმობს ცალკეული საკითხების დაჯგუფებით ერთი მთლიანის შედგენას. ეს მეთოდი ხელს უწყობს პრობლემის, როგორც მთლიანის დანახვის უნარის განვითარებას.

**12. ვერბალური ანუ ზეპირსიტყვიერი მეთოდი.**

**13. წერიტი მუშაობის მეთოდი** – რომელიც გულისხმობს შემდეგი სახის მოქმედებებს: ამონაწერებისა და ჩანაწერების გაკეთება, მასალის დაკონსპექტება, თეზისების შედგენა, რეფერატის ან ესეს შესრულება და სხვ.

**14. პრაქტიკული მეთოდები** – ერთიანებს სწავლების ყველა იმ ფორმას, რომელიც სტუდენტს პრაქტიკულ უნარ-ჩვევებს უყალიბებს. ამ შემთხვევაში სტუდენტი შეძენილი ცოდნის საფუძველზე დამოუკიდებლად ასრულებს ამა თუ იმ მოქმედებას, მაგალითად, საწარმოო და პედაგოგიური პრაქტიკა, სავლე მუშაობა და სხვ.

**15. ახსნა-განმარტებითი მეთოდი** – ეფუძნება მსჯელობას მოცემული საკითხის ირგვლივ. პედაგოგს მასალის გადმოცემისას მოჰყავს კონკრეტული მაგალითი, რომლის დაწვრილებით განხილვაც ხდება მოცემული თემის ფარგლებში.

**16. ქმედებაზე ორიენტირებული სწავლება** – მოითხოვს პედაგოგისა და სტუდენტის აქტიურ ჩართულობას სწავლების პროცესში, სადაც განსაკუთრებულ დატვირთვას იძენს თეორიული მასალის პრაქტიკული ინტერპრეტაცია.

**17. პროექტის შემუშავება და პრეზენტაცია** – პროექტზე მუშაობისას სტუდენტი რეალური პრობლემის გადასაჭრელად იყენებს შეძენილ ცოდნასა და უნარ-ჩვევებს. პროექტით სწავლება ამაღლებს სტუდენტთა მოტივაციასა და პასუხისმგებლობას. პროექტზე მუშაობა მოიცავს დაგეგმვის, კვლევის, პრაქტიკული აქტივობისა და შედეგების წარმოდგენის ეტაპებს არჩეული საკითხის შესაბამისად. პროექტი განხორციელებლად ჩაითვლება, თუ მისი შედეგები თვალსაჩინოდ და დამაჯერებლად, კორექტული ფორმით არის წარმოდგენილი. იგი შეიძლება შესრულდეს ინდივიდუალურად, წყვილებში ან ჯგუფურად; ასევე, ერთი საგნის ფარგლებში ან რამდენიმე საგნის ფარგლებში (საგანთა ინტეგრაცია); დასრულების შემდეგ პროექტი წარედგინება ფართო აუდიტორიას.

**18. ელექტრონული სწავლება (E-learning)** – გულისხმობს სწავლებას ინტერნეტითა და მულტიმედიური საშუალებებით. იგი მოიცავს სწავლების პროცესის ყველა კომპონენტს (მიზნები, შინაარსი, მეთოდები, საშუალებები და სხვ.), რომელთა რეალიზება ხდება სპეციფიკური საშუალებებით. ელექტრონული სწავლება არის სამი სახის:

- დასწრებული, როდესაც სწავლების პროცესი მიმდინარეობს პედაგოგისა და სტუდენტების საკონტაქტო საათების ფარგლებში, ხოლო სასწავლო მასალის გადაცემა ხორციელდება ელექტრონული კურსის საშუალებით;
- დისტანციური სწავლება გულისხმობს სასწავლო პროცესის წარმართვას პროფესორის ფიზიკური დასწრების გარეშე. სასწავლო კურსი თავიდან ბოლომდე დისტანციურად, ელექტრონული ფორმატით მიმდინარეობს;

ჰიბრიდული (დასწრებული/დისტანციური) - სწავლების ძირითადი ნაწილი მიმდინარეობს დისტანციურად, ხოლო მცირე ნაწილი ხორციელდება საკონტაქტო საათების ფარგლებში.

## სტუდენტის ცოდნის შეფასება

შეფასება ხდება 100 ქულიანი სისტემით.

დადებით შეფასებად ჩაითვლება:

- (A) - ფრიადი - მაქსიმალური შეფასების 91% და მეტი;
- (B) - ძალიან კარგი - მაქსიმალური შეფასების 81-90%;
- (C) - კარგი - მაქსიმალური შეფასების 71-80%;
- (D) - დამაკმაყოფილებელი - მაქსიმალური შეფასების 61-70%;
- (E) - საკმარისი - მაქსიმალური შეფასების 51-60%;

უარყოფით შეფასებად ჩაითვლება:

- (FX) ვერ ჩააბარა - მაქსიმალური შეფასების 41-50%, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება.
- (F) ჩაიჭრა - მაქსიმალური შეფასების 40% და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.

სილაბუსში მოცემულია სტუდენტის ცოდნის შეფასების შესაბამისი ფორმები და მეთოდები. შეფასების ფორმების შესაბამისი მეთოდების, კრიტერიუმებისა და სკალების აღერა თან ერთვის საგანმანათლებლო პროგრამას, აგრეთვე განთავსებულია უნივერსიტეტის ვებ-გვერდზე

<http://www.gtu.ge/quality/axali/shefasebisforma.pdf>

კვლევითი კომპონენტის შეფასების წესი მოცემულია უნივერსიტეტის ვებ-გვერდზე

<http://www.gtu.ge/study/index.php>

## დასაქმების სფერო

აღნიშნული პროგრამის ფარგლებში შეძენილი ცოდნით კურსდამთავრებულებს შეეძლებათ წარმატებული მუშაობა როგორც სახელმწიფო სტრუქტურებში, ასევე კერძო სექტორში, არასამთავრობო ორგანიზაციებში, ბანკებში, და კომერციულ სტრუქტურებში.

## სწავლის გაგრძელების შესაძლებლობა

დოქტორანტურის საგანმანათლებლო პროგრამები

## პროგრამის განხორციელებისათვის აუცილებელი ადამიანური და მატერიალური რესურსი

პროგრამა უზრუნველყოფილია შესაბამისი ადამიანური და მატერიალური რესურსით. დამატებითი ინფორმაცია იხილეთ თანდართულ დოკუმენტებში.

თანდართული სილაბუსების რაოდენობა: 10

**სამაგისტრო საგანმანათლებლო პროგრამის სქემა**

№	სასწავლო და სამეცნიერო კომპონენტები	I წელი		II წელი		სულ, კრედიტები
		სემესტრი I	სემესტრი II	სემესტრი III	სემესტრი IV	
	<b>სასწავლო კომპონენტი:</b>					
1	სასწავლო კურსები	30	25	20		75
	<b>კვლევითი კომპონენტი:</b>					
2	სამაგისტრო კვლევის პროექტი /პროსპექტუსი		5			5
3	თეორიული/ექსპერიმენტული კვლევა/კოლოქვიუმი			10		10
4	სამაგისტრო ნაშრომის დასრულება და დაცვა				30	30
ECTS კრედიტები	სემესტრში	30	30	30	30	120
	კურსზე	60		60		120

**პროგრამის საგნობრივი დატვირთვა**

№	საგნის კოდი	სასწავლო და სამეცნიერო კომპონენტები	დაშვების წინაპირობა	ECTS კრედიტი			
				I წელი		II წელი	
				სემესტრი			
				I	II	III	IV
1	<b>BCOM007-LS</b>	PR და მასკომუნიკაცია	არ გააჩნია	10			
2	<b>BSC0007-LS</b>	ბიზნესკომუნიკაცია	არ გააჩნია	5			
3	<b>PRCP07-LS</b>	პიარ კამპანიები პიარ პრაქტიკაში	არ გააჩნია	5			
4	<b>RECPS07-LS</b>	რეკლამის ფსიქოლოგია	არ გააჩნია	10			
5	<b>TPT0007-LS</b>	თარგმანის თეორია და პრაქტიკა	BSC0007-LS		5		
6	<b>GEOP007-LS</b>	გეოპოლიტიკა	არ გააჩნია		10		
7	<b>RET007-LS</b>	რიტორიკა	არ გააჩნია		5		
8	<b>IMAGE07-LS</b>	იმიჯკომუნიკაცია	არ გააჩნია		5		
9	<b>PRPOL07-LS</b>	პიარი და პოლიტექნოლოგიები	არ გააჩნია			5	
10	<b>IMARC07-LS</b>	ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაცია	არ გააჩნია			5	
11		სამაგისტრო კვლევის პროექტი-პროსპექტუსი	არ გააჩნია		5	10	
12		თეორიულ-ექსპერიმენტული კვლევა - კოლოქვიუმი	პროსპექტუსი			10	
13		კვლევითი კომპონენტი, სამაგისტრო ნაშრომის შესრულება და დაცვა	კოლოქვიუმი				30



№	საგნის კოდი	სასწავლო და სამეცნიერო კომპონენტები	დაშვების წინაპირობა	ECTS კრედიტი			
				I წელი		II წელი	
				სემესტრი			
				I	II	III	IV
			სემესტრში	30	30	30	30
			წელიწადში	60		60	
			სულ	120			

სწავლის შედეგების რუქა

№	საგნის კოდი	საგანი	ზოგადი და დარგობრივი კომპეტენტურობები													
			ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი	დასკვნის გაკეთების უნარი	წერითი კომუნიკაბელურობა	ზეპირი კომუნიკაბელურობა	სწავლის უნარი	ღირებულებები	ცოდნა და გაცნობიერება	დამოუკიდებლად მუშაობის უნარი	ანალიზის უნარი	პრობლემების გადაჭრა და გადაწყვეტილების მიღება	დაგეგმვა და ორგანიზება	ექსპერტული ცოდნისა და ტექნოლოგიების გამოყენება	გუნდური მუშაობა	
1	BCOM007-LS	მასკომუნიკაციის საფუძვლები	✓	✓	✓	✓			✓							✓
2			✓		✓											
3	PRCP07-LS	პიარ კამპანიები პიარ პრაქტიკაში	✓						✓	✓	✓					
4	RECPS07-LS	რეკლამის ფსიქოლოგია	✓									✓				
5			✓									✓				
6	GEOP007-LS	გეოპოლიტიკა									✓			✓		
7	RET007-LS	რიტორიკა		✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓				
8	IMAGE07-LS	იმიჯმეიკინგი	✓			✓			✓		✓					✓
9	PRPOL07-LS	პიარი და პოლიტექნოლოგიები	✓	✓	✓					✓						✓
10	IMARC07-LS	ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაცია		✓							✓					
11		სამაგისტრო პრაქტიკა										✓	✓			✓
12		კვლევითი კომპონენტი	✓		✓		✓	✓			✓		✓			
13		კვლევითი კომპონენტი, საკვალიფიკაციო ნაშრომის დასრულება და დაცვა	✓	✓	✓		✓			✓	✓	✓	✓	✓		

**პროგრამის სასწავლო გეგმა**

საგანი	საათები	ECTS საათი	ლექცია	სემინარი (მუშაობა)	პრაქტიკული	ლაბორატორიული	პრაქტიკა	საკურსო სამუშაო/პროექტი	დამოუკიდებელი მუშაობა
1.	მასკომუნიკაციის საფუძვლები	10/270	15	30					225
2.		5/135			45				90
3.	პიარ კამპანიები პიარ პრაქტიკაში	5/135	15	30					90
4.	რეკლამის ფსიქოლოგია	10/270	15	30					225
5.		5/135			45				90
6.	გეოპოლიტიკა	10/270	15	30					225
7.	რიტორიკა	5/135	15	30					90
8.	იმიჯმეიკინგი	5/135	15	30					90
9.	პიარი და პოლიტექნოლოგიები	5/135	15	30					90
10.	ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაცია	5/135	15	30					90
11.	სამაგისტრო პრაქტიკა	10/270					270		-
12.	კვლევითი კომპონენტი	15/405							405
13.	კვლევითი კომპონენტი, საკვალიფიკაციო ნაშრომის დასრულება და დაცვა	30/810							810
		120/3240	120	240	90		270		2520

პროგრამის ხელმძღვანელი/ხელმძღვანელები

როზა გაფრინდაშვილი

ფაკულტეტის ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის უფროსი

გურამ ჯოლია

ფაკულტეტის დეკანი

რუსუდან ქუთათელაძე

**მიღებულია**

ბიზნესის ინჟინერინგი

ფაკულტეტის საბჭოს სხდომაზე

4 ივლისი 2012

ფაკულტეტის საბჭოს თავმჯდომარე

რუსუდან ქუთათელაძე

**შეთანხმებულია**

სტუ-ს ხარისხის უზრუნველყოფის

სამსახურის ხელმძღვანელი

გიორგი ძიძიგური